

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS *MARKET POTENTIAL*, *MARKET SHARE*, DAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK PERMEN PENGANTI ROKOK (Studi Kasus: Produk M-TAN)**



**Disusun oleh:**

**Narendra Diva Arlingga  
5303017030**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2021**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**ANALISIS *MARKET POTENTIAL*, *MARKET SHARE*, DAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK PERMEN PENGANTI ROKOK (Studi Kasus: Produk M-TAN)**” benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dinyatakan dalam teks. Seandainya diketahui bahwa laporan skripsi ini ternyata merupakan hasil karya orang lain, maka saya sadar dan menerima konsekuensi bahwa laporan skripsi ini tidak dapat saya gunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik.

Surabaya, 21 Januari 2021  
Mahasiswa yang bersangkutan,



Narendra Diva Arlingga  
NRP. 5303017030

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**ANALISIS MARKET POTENTIAL, MARKET SHARE, DAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK PERMEN PENGGANTI ROKOK (Studi Kasus: Produk M-TAN)**” yang disusun oleh mahasiswa :

Nama : Narendra Diva Arlingga


Nomor pokok : 5303017030

Tanggal ujian : 20 Januari 2021

Dinyatakan telah memenuhi sebagian persyaratan kurikulum Jurusan Teknik Industri guna memperoleh gelar Sarjana Teknik bidang Teknik Industri.

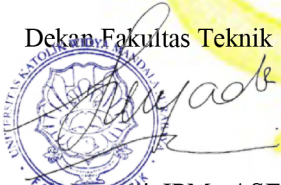
Surabaya, 21 Januari 2021

Ketua Dewan Penguji,

  
Ir. Ig. Jaka Mulyana, S.T.P., M.T., IPM.  
NIK. 531.98.0325

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Jurusan Teknik

  
Prof. Suryadi Ismail, IPM., ASEAN Eng.  
NIK. 521.93.0198

  
Ir. Ig. Jaka Mulyana, S.T.P., M.T., IPM.  
NIK. 531.98.0325

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**ANALISIS *MARKET POTENTIAL*, *MARKET SHARE*, DAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK PERMEN PENGGANTI ROKOK (Studi Kasus: Produk M-TAN)**” yang disusun oleh mahasiswa :

Nama : Narendra Diva Arlingga

Nomor pokok : 5303017030

Tanggal ujian : 20 Januari 2021

Dinyatakan telah memenuhi sebagian persyaratan kurikulum Jurusan Teknik Industri guna memperoleh gelar Sarjana Teknik bidang Teknik Industri.

Surabaya, 21 Januari 2021

Dosen Pembimbing I



Ir. Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM.  
NIK. 531.97.0299

Dosen Pembimbing II



Lusiana Permana Sari Hartanti, S.T., M.Eng.  
NRP. 531.20.1080

## LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama : Narendra Diva Arlingga

NRP : 5303017030

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya dengan judul “**ANALISIS *MARKET POTENTIAL*, *MARKET SHARE*, DAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK PERMEN PENGGANTI ROKOK (Studi Kasus: Produk M-TAN)**” untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lainnya (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Manadala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 21 Januari 2021

Yang menyatakan,



Narendra Diva Arlingga

NRP. 5303017030

## PERNYATAAN SKRIPSI

Yang betandatangani dibawah ini:

Nama Lengkap : Narendra Diva Arlingga  
Nomor Pokok : 5303017030  
Jurusan : Teknik Industri  
Alamat Tetap/Asal : Jl. Gersikan No. 63E, Surabaya  
No. Telepon : 085790611145  
Judul Skripsi : Analisis *Market Potential*, *Market Share*, dan Strategi Pemasaran Produk Permen Pengganti Rokok (Studi Kasus: Produk M-Tan)  
Tanggal Ujian(lulus) : 20 Januari 2021  
Nama Pembimbing I : Ir. Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM.  
Nama Pembimbing II : Lusia Permata Sari Hartanti, S.T., M.Eng.

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya adalah hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil suatu plagiat. Apabila suatu saat dalam skripsi saya tersebut ditemukan hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sangsi akademis terhadap karir saya, seperti pembatalan gelar dari fakultas, dll.
2. Skripsi saya boleh digandakan dalam bentuk apapun oleh pihak fakultas Teknik unika widya mandala Surabaya sesuai dengan kebutuhan, demi untuk pengemangan ilmu pengetahuan selama penulisanpengarang tetap dicantumkan.
3. Saya telah mengumpulkan laporan skripsi saya tersebut (pada jurusan dan fakultas) dalam bentuk buku maupun data elektronik/cd tersebut, saya bersedia memperbaikinya sampai dengan tuntas.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya, tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Mengetahui/menyetujui:

Pembimbing I,



Ir. Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM.

NIK. 531.97.0299

Surabaya, 21 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



Narendra Diva Arlingga

NRP. 5303017030

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan berkatNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis *Market Potential*, *Market Share*, dan Strategi Pemasaran Produk Permen Pengganti Rokok (Studi Kasus: Produk M-Tan)” Skripsi merupakan pengembangan dari teori-teori yang telah didapatkan pada saat perkuliahan dan sebagai salah satu syarat kelulusan yang diberikan oleh Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.

Penulis juga hendak mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung selama proses pengerjaan skripsi, baik dari awal hingga tersusun skripsi ini, yang telah bersedia memberikan waktu dan pikiran dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini, yaitu antara lain kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu mendampingi, menyertai, merahmati. dan memberkati saya selama proses pengerjaan skripsi sampai kepada skripsi ini dapat diselesaikan.
2. Bapak Prof. Ir. Suryadi Ismadji, M.T., Ph.D., IPM., ASEAN Eng. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Ir. Ignatius Jaka Mulyana, S.T.P., M.T., IPM. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Bapak Ir. Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM. selaku selaku dosen pembimbing skripsi pertama yang telah memberikan saya bimbingan, pengarahan, masukan-masukan, dan *sharing* selama proses penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Lusia Permata Sari Hartanti, S.T., M.Eng. selaku dosen pembimbing skripsi kedua yang senantiasa meluangkan waktu dari jadwal beliau yang padat untuk memberikan bimbingan, arahan, informasi, dan masukan untuk proses penyelesaian skripsi ini.
6. Ayah, Mama, dan Audri yang selalu memberi semangat, nasihat, kasih sayang, serta dukungan untuk saya, dan selalu pengertian kepada saya selama proses penyelesaian skripsi ini.
7. Sahabat-sahabat teman seperjuangan saya Tobias Hansel Juanda, Rivaldo Dwi Pramono, F.X. Mangun, Michael Andreanus Widiyono, Yohanes Wijaya, Kevin Fedy Pranata, Royce Ferdinands Susanto, Cyrilus Anselmo, Leonardo Davidson, Jossi Hutagalung, Nehemia Lukman yang sering meluangkan waktunya untuk memberikan perhatian pada saya serta bertukar pikiran untuk berproses, tertawa, dan lelah bersama untuk menyusun masa depan. Terimakasih atas segala pengalaman dan kenangan berharga yang telah dilewati bersama pada saat-saat perkuliahan di UKWMS dan terlebih di tempat tercinta Kalijudan Barat 2/26.
8. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2015-2019 UKWMS, terutama angkatan 2017 yang menemani perkuliahan saya dari awal perkuliahan, berproses bersama-sama, berbagi cerita untuk menyusun masa depan, banyak yang telah dilewati bersama hingga selesainya skripsi ini.
9. Pihak-pihak yang tidak saya sebutkan diatas, yang telah mendukung saya dalam perkuliahan serta pengerjaan skripsi ini. Saya sungguh berterimakasih dan bersyukur atas kehadiran serta dukungan selama tiga setengah tahun ini.



Peneliti menyadari jika dalam pembuatan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti berharap semua pihak untuk menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk menambah kesempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membaca.

Surabaya, 21 Januari 2021

Penulis,

Narendra Diva Arlingga

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
PERNYATAAN SKRIPSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Batasan Masalah.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA .....	7
2.1. Penelitian Terdahulu .....	7
2.2. Manajemen Pemasaran.....	10
2.3. Alat Analisis Strategi Pemasaran .....	13
2.3.1. <i>Stage 1: The Input Stage</i> .....	14
2.3.1.1. Analisis EFE .....	14
2.3.1.2. Analisis IFE .....	15
2.3.2. <i>Stage 2: The Matching Stage</i> .....	26

2.3.2.1.	Analisis SWOT .....	26
2.3.2.2.	Analisis IE Matriks .....	20
2.3.2.3.	<i>Grand Strategy Matrix</i> (GSM).....	21
2.3.3.	<i>Stage 3: The Decision Stage</i> .....	23
2.3.3.1.	Analisis Matriks Perencanaan Strategi Kualitatif (QSPM).....	23
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN .....		24
3.1.	Langkah-langkah Penelitian .....	24
3.2.	Studi Literatur .....	26
3.3.	Penentuan Kriteria dan Sub Kriteria .....	26
3.4.	Perancangan Instrumen Pengambilan Data .....	26
3.5.	Pengumpulan Data .....	27
3.5.1.	Teknik Sampling .....	27
3.5.2.	Wawancara.....	27
3.5.3.	Kuesioner.....	28
3.5.4.	Observasi .....	29
3.6.	Verifikasi Data .....	29
3.7.	Perhitungan <i>Market Potential &amp; Market Share</i> .....	30
3.8.	Pengolahan Data Tahap 1 ( <i>The Input Stage</i> ).....	30
3.8.1.	Pembuatan Matriks EFE .....	30
3.8.2.	Pembuatan Matriks IFE .....	30
3.9.	Pengolahan Data Tahap 2 ( <i>The Matching Stage</i> ) .....	31
3.9.1.	Pembuatan Matriks SWOT .....	31
3.9.2.	Pembuatan Matriks IE.....	31
3.9.3.	Pembuatan Matriks <i>Grand Strategy</i> .....	31
3.10.	Pengolahan Data Tahap 3 ( <i>The Decision Stage</i> ) .....	31
3.11.	Analisis Data .....	31

3.12. Kesimpulan dan Saran.....	32
BAB IV : PENGOLAHAN DATA.....	33
4.1. Gambaran Umum UMKM .....	33
4.1.1. Profil Singkat UMKM M-TAN .....	33
4.1.2. Struktur Organisasi .....	34
4.1.3. Jenis Produk .....	35
4.2. Pelaksanaan Pengumpulan Data.....	36
4.2.1. Pelaksanaan Teknik Sampling .....	36
4.2.2. Pelaksanaan Wawancara .....	36
4.2.3. Pelaksanaan Kuesioner .....	42
4.2.4. Pelaksanaan Observasi .....	75
4.2.5. Identifikasi Faktor Eksternal ( <i>Consumer Behavior</i> ).....	79
4.3. Pembuatan Matriks IFE.....	79
4.4. Pembuatan Matriks EFE.....	82
4.5. Matriks SWOT .....	85
4.6. Matriks IE .....	86
4.7. Matriks <i>Grand Strategy</i> .....	87
4.8. Matriks QSPM .....	88
4.9. Perhitungan <i>Market Potential &amp; Market Share</i> .....	91
4.10. Verifikasi Data .....	94
BAB V : ANALISIS DATA .....	96
5.1. Analisis Hasil Metode Strategi Pemasaran .....	96
5.1.1. Analisis <i>Stage 1: The Input Stage</i> .....	96
5.1.2. Analisis <i>Stage 2: The Matching Stage</i> .....	98
5.1.3. Analisis <i>Stage 3: The Decision Stage</i> .....	104
5.1.4. Ringkasan Strategi .....	105

5.2.	Analisis Hasil Metode <i>Market Potential</i> dan <i>Market Share</i> .....	106
BAB VI : PENUTUP .....		108
6.1.	Kesimpulan .....	108
6.2.	Saran .....	108
DAFTAR PUSTAKA .....		109
LAMPIRAN .....		111

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 2.2. Formulasi Kerangka Analisis Strategi .....	14
Tabel 4.1. Faktor Internal dan Faktor Eksternal .....	38
Tabel 4.2. Identifikasi Faktor Internal .....	40
Tabel 4.3. Identifikasi Faktor Eksternal.....	41
Tabel 4.4. Identifikasi Faktor Eksternal ( <i>Consumer Behavior</i> ) .....	79
Tabel 4.5. Matriks IFE.....	81
Tabel 4.6. Matriks EFE.....	83
Tabel 4.7. Matriks SWOT.....	85
Tabel 4.8. Matriks QSPM.....	90
Tabel 4.9. Perhitungan Rata-Rata Pendapatan .....	91
Tabel 4.10. Perhitungan <i>Market Potential</i> dan <i>Market Share</i> .....	93
Tabel 4.11. Contoh Hasil Triangulasi Teknik.....	95
Tabel 5.1. Ringkasan Strategi .....	106

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Produk Permen M-Tan .....	3
Gambar 2.1.	Analisis SWOT .....	18
Gambar 2.3.	Matriks Internal Eksternal.....	20
Gambar 2.4.	Matriks <i>Grand Strategy</i> .....	21
Gambar 3.1.	Kerangka Metode Penelitian.....	25
Gambar 4.1.	Proses Produksi M-TAN.....	35
Gambar 4.2.	Jenis Kelamin Responden .....	45
Gambar 4.3.	Usia Responden .....	46
Gambar 4.4.	Jumlah Pendapatan Tiap Bulan (dalam Rupiah).....	47
Gambar 4.5.	Tempat Biasa Membeli Rokok.....	48
Gambar 4.6.	Rata-rata Merokok dalam Satu Hari.....	49
Gambar 4.7.	Brand Rokok yang Sering Dikonsumsi .....	50
Gambar 4.8.	Alasan Menyukai Merek Rokok yang Biasa Dikonsumsi..	51
Gambar 4.9.	Kesulitan Merokok di Tempat Umum .....	52
Gambar 4.10.	Kesulitan Merokok Ketika Berkendara.....	53
Gambar 4.11.	Pernah Mengkonsumsi Permen Pengganti Rokok .....	54
Gambar 4.12.	Responden yang Mengetahui Produk Permen Pengganti Rokok M-TAN .....	56
Gambar 4.13.	Asal Sumber Responden yang Mengetahui Produk Permen Pengganti Rokok M-TAN .....	56
Gambar 4.14.	Melihat Bentuk Promosi yang Dilakukan oleh UMKM M-TAN.....	58
Gambar 4.15.	Mengetahui Asal Sumber Promosi yang dilakukan oleh UMKM M-TAN .....	58
Gambar 4.16.	Pendapat Mengenai Harga Produk M-TAN.....	59

Gambar 4.17. Pembelian Produk Permen Pengganti Rokok M-TAN.....	60
Gambar 4.18. Keinginan Membeli Produk Permen Pengganti Rokok M-TAN.....	61
Gambar 4.19. Ketertarikan Membeli karena Alasan Kesehatan .....	62
Gambar 4.20. Faktor Pendorong untuk Membeli Produk Permen Pengganti Rokok M-TAN .....	63
Gambar 4.21. Cita Rasa dari Produk Permen Pengganti Rokok M-TAN.	64
Gambar 4.22. Tingkat Kepuasan Terhadap Cita Rasa .....	65
Gambar 4.23. Kesesuaian Harga Produk .....	66
Gambar 4.24. Keuntungan yang Didapat.....	67
Gambar 4.25. Kebutuhan yang Terpenuhi .....	68
Gambar 4.26. Alasan Kebutuhan Terpenuhi/TidakTerpenuhi .....	69
Gambar 4.27. Alternatif Produk Rokok Konvensional .....	70
Gambar 4.28. Ketertarikan Mengganti Rokok Konvensional ke Permen M-TAN .....	71
Gambar 4.29. Alasan Tertarik/Tidak Tertarik Mengganti Rokok Konvensional ke Permen M-TAN.....	71
Gambar 4.30. Saran untuk UMKM M-TAN.....	72
Gambar 4.31. Produk Bisa/Tidak Bisa Dinikmati Semua Masyarakat Umum Beserta Alasan.....	73
Gambar 4.32. Produk Bisa/Tidak Bisa Dinikmati Semua Golongan Beserta Alasan.....	74
Gambar 4.33. Hasil Matriks IE .....	87
Gambar 4.34. Hasil Matriks GSM .....	88



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Daftar Wawancara

Lampiran 2. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

Lampiran 3. Daftar Kuesioner

Lampiran 4. Hasil Triangulasi Teknik

Lampiran 5. Ringkasan Hasil Kuesioner

Lampiran 6. Ringkasan Hasil Wawancara

## ABSTRAK

M-TAN adalah sebuah UMKM yang bergerak dalam bidang industri kuliner dengan produk berupa permen rasa rokok sebagai alternatif produk yang lebih sehat. Produk ini masih tergolong baru karena baru mulai dipasarkan pada bulan Juni 2020. Permasalahan yang terjadi adalah produk ini belum diketahui oleh banyak orang dan tidak semua orang dapat menerima produk ini sebagai alternatif produk dari rokok (baik itu konvensional maupun elektrik). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggambaran aspek pemasaran yang dapat diraih untuk mencari strategi pemasaran yang cocok untuk produk permen pengganti rokok M-TAN.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *market potential*, *market share*, metode SWOT, dan QSPM. Teknik analisis data yang digunakan adalah triangulasi teknik yang terdiri dari teknik wawancara, kusioner, dan observasi. *Market potential* produk ini belum dapat diketahui karena produk permen pengganti rokok M-TAN masih baru, sehingga untuk mengetahuinya akan menggunakan hasil survei.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui jika produk permen pengganti rokok M-TAN memiliki *market potential* sebesar Rp 33.973.990,- dan *market share* sebesar 14,28% atau Rp 4.853.570,-. Produk permen pengganti rokok M-TAN juga dapat menggunakan strategi pemasaran dengan cara memperbanyak promosi produk (peringkat 1 dengan total nilai TAS 0,52), memanfaatkan kemajuan teknologi untuk pemasaran (peringkat 2 dengan total nilai TAS 0,46), serta meningkatkan kualitas dan pelayanan untuk menarik konsumen (peringkat 3 dengan total nilai TAS 0,43).

**Kata kunci:** *Market Potential*, *Market Share*, SWOT, QSPM, dan Strategi Pemasaran